

**PENGARUH LABEL HALAL DAN CITRA MEREK PRODUK
MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

SKRIPSI



**Oleh:
Mochamad Iqbal Ghifari
201410510311095**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2019

**PENGARUH LABEL HALAL DAN CITRA MEREK PRODUK
MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Derajat Gelar S-1
Program Studi Ekonomi Syariah**



**Disusun oleh:
MOCHAMAD IQBAL GHIFARI
NIM: 201410510311095**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2019

**PENGARUH LABEL HALAL DAN CITRA MEREK PRODUK
MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH MALANG**

**MOCHAMAD IQBAL GHIFARI
201410510311095**

Telah disetujui
Pada hari/tanggal, Sabtu/ 16 Maret 2019

Pembimbing I



Fien Zulfikariyah, Dra., M.M., Dr.,

Pembimbing II



Imamul Hakim, S.E., M.Sh

Dekan



Universitas Agama Islam

Dr. Tobroni, M.Si

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Azhar Muttaqin, M.Ag

SKRIPSI

MOCHAMAD IQBAL GHIFARI

201410510311095

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari/tanggal, Sabtu/ 16 Maret 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
di Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua / Penguji	: Fien Zulfikarijah, Dra.,M.M.,Dr.,
Sekretaris / Penguji	: Imamul Hakim, S.E., M.Sh
Penguji	: Muslikhati, S.E., MLE
Penguji	: Fadilla M. Mahdi, S.E., M.Si

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mochamad Iqbal Ghiafari
NIM : 201410510311095
Fakultas/Jurusan : Agama Islam/Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi atau karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.

1. Bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan karya ilmiah atau skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan hak bebas royalti noneksekusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Malang, 16 Maret 2019

Yang menyatakan



Mochamad Iqbal Ghifari
NIM. 201410510311095

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakan dengan sesungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada tuhanmulah kamu berharap”

(Q.S Al-Insyiroh: 6-8)



**PENGARUH LABEL HALAL DAN CITRA MEREK PRODUK
MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

Mochamad Iqbal Ghifari

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dan citra merek produk makanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kuantitatif dengan objek mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yakni label halal dan citra merek memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial variabel Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Label Halal, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian*

**THE INFLUENCE OF HALAL LABELS AND BRAND IMAGE OF FOOD
PRODUCT ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON STUDENTS
OF MUHAMMADIYAH MALANG UNIVERSITY**

Mochamad Iqbal Ghifari

*Islamic Economic Study Program Faculty of Islamic Studies
University of Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of halal labels and brand image of food products on consumer purchasing decisions on Students of Muhammadiyah Malang University.

This study uses a Quantitative Descriptive approach with the object of Students of Muhammadiyah Malang University. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis techniques used to answer the hypothesis of this study are multiple linear analysis.

The results of this study indicate that simultaneous independent variables namely halal and brand image have an influence on the dependent variable ie purchasing decisions. While halal label variables partially have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. Brand image variables have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions

Keywords: *Halal Label, Brand Image, and Buying decisions*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur Alhamdulillah, akhirnya saya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang”. Tugas akhir skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.

Bersamaan dengan ini, dengan hati yang tulus perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya dan juga ketiga saudara kandung saya yang selalu mendoakan, menjadi semangat dan juga alasan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas curahan kasih sayang dan juga dukungannya baik secara moril ataupun materi kepada saya selaku anaknya selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Prof. Dr. Tobroni, M.Si. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Azhar muttaqin, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Ibu Fien Zulfikarijah, Dra.,M.M.,Dr. selaku pembimbing 1 yang telah berkenan untuk meluangkan waktu dan memberi masukan, tambahan ilmu dan juga memberi solusi selama proses penulisan tugas akhir skripsi ini.
6. Bapak Imamul Hakim, S.E.,M.SH. selaku pembimbing 2 yang telah sabar serta selalu memberi motivasi dan semangat yang sangat bermanfaat dalam membimbing pengerjaan tugas akhir hingga skripsi ini terselesaikan.
7. Teman-teman kelas ekonomi syariah C yang selalu memberi semangat baru untuk sama-sama menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

8. Sahabat-sahabat saya Angga Abimanyu, Muhammad Adam, Panji Ryantama, Khamim Djazuli, Maulana Nur Muhammad, Faqih Suardi, Kamal, Agung Multazam, Akhirulana Ega, Amelia Famella, Fauzia Rahma, Nimas Rizka, Auliyaul Hikmah, Tiara Maheswari, Nadhrah Wildan dan Nurfadilla yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan juga hiburan selama penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki, saran dan kritik yang membangun akan peneliti terima dengan senang hati. Peneliti berharap penelitian ini berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.



Malang, 16 Maret 2019
Peneliti

Mochamad Iqbal Ghifari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori	12
1. Label Halal	12
2. Merek	17
3. Citra Merek	21
4. Keputusan Pembelian	27
C. Kerangka Pemikiran	30
D. Hipotesis	31

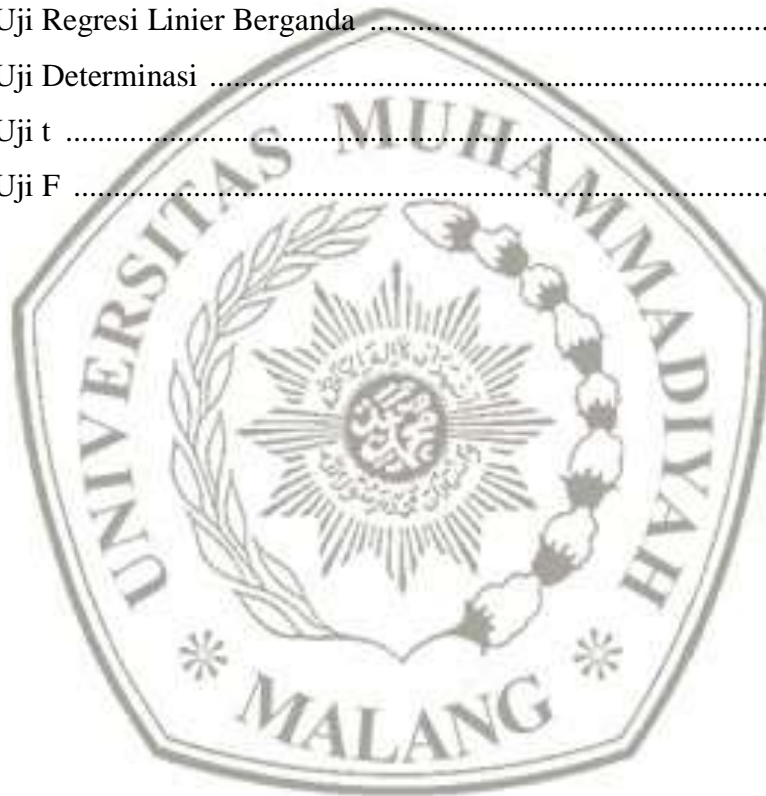
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Sumber Data	32
3. Variabel Penelitian	33
4. Definisi Operasional Variabel	34
5. Populasi Dan Sampel	34
6. Teknik Pengumpulan Data	36
B. Teknik Analisis Data	36
1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Data	36
2. Teknik Analisis Data	37
3. Uji Asumsi Klasik	38
4. Analisis Regresi Linier Berganda	39
5. Analisis Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Deskripsi Lokasi Penelitian dan Obyek Penelitian	42
1. Lokasi penelitian	42
B. Deskripsi Data Responden	42
1. Presentase Jenis Kelamin	43
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji reliabilitas	44
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolinearitas	46
3. Uji Heteroskedastisitas	47
E. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	48
F. Uji Hipotesis	49
1. Uji Determinasi (R^2)	49
2. Uji t	49
3. Uji F	51
4. Pembahasan	52

BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4.1 Tabulasi hasil uji validasi	44
Tabel 4.2 Tabulasi Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel: 4.3 Uji Normalitas	45
Tabel: 4.4 Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.5 Uji Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.6 Uji Determinasi	49
Tabel 4.7 Uji t	50
Tabel 4.8 Uji F	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Label halal resmi MUI	17
Gambar 4.1 Grafik Jenis Kelamin	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	60
Lampiran 2 Tabel hasil Kuisisioner	63
Lampiran 3 Hasil SPSS	73



DAFTAR PUSTAKA

- Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*. Solo: Intermedia, 2002
- Tim Penyusun, *Himpunan Fatwa MUI "Bidang Ibadah"* (Jakarta: Erlangga, 2015)
- Departemen Agama RI, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI* (Jakarta: Depag RI 2003)
- Departemen Agama RI, *Panduan Sertifikasi Halal* (Jakarta: Depag RI, 2003)
- Sri Suryati, *Halalkah Makanan Anda? Awas Produk Haram Mengepung Kita !* (Solo: Aqwamdika, 2001)
- Fajar laksana, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008,Edisi 1,h. 83-84
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2000, Edisi 2, h. 477
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008, h.29
- Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia.*, Aswaja Pressindo,2014136-145.
- Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, h.159.
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Depag, *Petunjuk Teknis Sistem Produksi Halal* (Jakarta: Depag, 2003), 131
- Muhammad Elmi As Pelu, *Label Halal:Antara Spiritual Bisnis Dan Komoditas Agama*. 2009, 14
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1984,120
- UU merk No. 15 tahun 2001 pasal 1 ayat 1
- Hermawan Kartajaya. 2010. *Brand Operation The Official MIM Academy course book*. Jakarta : Esensi Erlangga Group. 62.
- Stanton J. William. 1985. *Prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Drs. Yohanes Lamarto, MBA., MSM. Jakarta: Penerbit Erlangga. 269.
- Surrachman, S. A. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: CV Banyumedia. 13.

- Ferrinadewi, Erna. 2009. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 166.
- Sutrisna, 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pasar*, Bandung: PT Remaja Rosakaryah. 105
- M Nadratuzzaman Hosen dkk, 2008. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, PKES Publishing h.180
- Ujanag Sumarwan, 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta; PT Ghalia Indonesia h 357.
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h 228
- <http://www.umm.ac.id/> diakses pada 26 Desember 2018 pukul 20.00 WIB
- <http://www.halalmui.org/> diakses pada 20 Januari 2019 pukul 22.00 WIB
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 8
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 115
- Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997, 99
- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta 115
- Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi
- Mudrajad kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro, 2012, 52.
- Zuhroh An-Nada, (2018) “Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Label Halal pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)
- Rahmawati Rahman (2018) “Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponds White Beauty di Kecamatan Tamalate Kota Makassar”



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS AGAMA ISLAM
Prodi. Tarbiyah-Prod. Syaria'ah-Prod. Ekonomi Syaria'ah-Prod. Pend. Bahasa Arab
Jl. Raya Tlogomas No. 246. Telp. (0341) 4643'8 Psw.171-173 Fax(031) 460782 Malang
65144
<http://www.umm.ac.id> e-mail: fai@umm.ac.id Website: agamaislam.umm.ac.id

FORM CEK PLAGIASI LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Mochamad Iqbal Ghifari
NIM : 201410510311095
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Prodak Makanan Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa UMM

Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

NO	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal	Hasil Cek Plagiasi (%)
1.	Bab I : Pendahuluan	10%	2%
2	Bab II : Studi Pustaka	25%	19%
3.	Bab III : Metodologi Penelitian	35%	20%
4.	Bab IV : Hasil Penelitian	15%	11%
5.	Bab V : Penutup	5%	0%

Dosen Pembimbing I

(Dr.Dra FIEN ZULFIKARJAH, MM)

Dosen Pembimbing II

(IMAMUL HAKIM, SE, M.Sh)

Mengetahui,
Kaprodi Ekonomi Syariah,

(Azhar Muttaqin, M.Ag)